APROBATĂ
la ședința Senatului,
Proces-verbal nr. 1/3
din 23 ianuarie 2026

POLITICA DE RELAȚII PUBLICE A UNIVERSITĂȚII DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE „NICOLAE TESTEMIȚANU” DIN REPUBLICA MOLDOVA

1. DISPOZIȚII GENERALE

1.1. Politica de relații publice a Universității de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” din Republica Moldova (în continuare – Universitatea) stabilește cadrul strategic și operațional privind organizarea și realizarea comunicării instituționale interne și externe.

1.2. Prezenta Politică are drept scop consolidarea imaginii, reputației și vizibilității Universității la nivel național și internațional, precum și asigurarea unei comunicări coerente, unitare și conforme misiunii și valorilor instituționale.

1.3. Politica se aplică tuturor subdiviziunilor structurale ale Universității și reglementează comunicarea instituțională internă și externă, indiferent de canalul sau forma de comunicare utilizată.

2. SCOPUL POLITICII

Scopul Politicii este promovarea imaginii și brandului Universității, creșterea atractivității educaționale și academice, precum și alinierea comunicării instituționale la standardele europene și internaționale în domeniul relațiilor publice și comunicării strategice.

3. PRINCIPII DE COMUNICARE

Comunicarea instituțională se bazează pe următoarele principii:

- **Transparență și responsabilitate publică** – furnizarea de informații corecte, complete și accesibile;
- **Coerență, consecvență și unitate instituțională** – mesaje unitare și aliniate identității vizuale și valorilor Universității;
- **Profesionalism, corectitudine și etică** – respectarea normelor deontologice și a legislației în vigoare;

- **Orientare spre publicul-țintă** – adaptarea mesajelor la nevoile și specificul audiențelor;
- **Accesibilitate și incluziune** – utilizarea unui limbaj incluziv și nediscriminatoriu, ce respectă principiile echității de gen, și promovarea comunicării multilingve;
- **Promptitudine și acuratețe** – reacție rapidă și informații verificate, în special în situații de criză;
- **Aliniere la bunele practici europene și internaționale.**

4. OBIECTIV GENERAL

Obiectivul general al prezentei Politici este consolidarea reputației Universității prin dezvoltarea și aplicarea unui sistem integrat de comunicare strategică, care să asigure promovarea performanțelor academice, științifice și educaționale, și creșterea vizibilității naționale și internaționale.

5. OBIECTIVE SPECIFICE ȘI DIRECȚII STRATEGICE DE ACȚIUNE

În vederea realizării obiectivului general, Universitatea își stabilește următoarele obiective specifice:

5.1. **Elaborarea și implementarea Strategiei de comunicare instituțională**, adresată comunității universitare, partenerilor și publicului larg.

5.2. **Consolidarea identității vizuale a USMF „Nicolae Testemițanu"** prin actualizarea și aplicarea unitară a Manualului de identitate vizuală în toate materialele de comunicare.

5.3. **Dezvoltarea și promovarea brandului instituțional** în rândul comunității universitare, candidaților la studii, partenerilor și societății.

5.4. **Promovarea ofertei educaționale și a admiterii** prin campanii integrate de comunicare și de relații publice.

5.5. **Creșterea vizibilității activității de cercetare și inovare** a Universității la nivel național și internațional.

5.6. **Dezvoltarea comunicării digitale** prin strategii de conținut adaptate mediului on-line.

5.7. **Consolidarea relațiilor cu mass-media** și a activităților de relații publice.

5.8. **Eficientizarea comunicării interne** în cadrul comunității universitare.

5.9. **Asigurarea calității documentelor oficiale de comunicare.**

5.10. **Monitorizarea și analiza vizibilității Universității în clasamente academice internaționale.**

Implementarea obiectivelor se realizează prin acțiuni specifice, canale de comunicare relevante și indicatori de performanță (KPI), stabiliți în Programul de implementare a Politicii (anual).

6. MATRICE STRATEGICĂ

Obiectiv strategic	Grupuri-țintă	Canale și instrumente de comunicare	Acțiuni principale	Indicatori de performanță (KPI)
Strategie de comunicare	Comunitate universitară; parteneri; public larg	Documente strategice; canale interne	Elaborarea și implementarea Strategiei	Strategie aprobată; grad de implement.
Identitate vizuală	Comunitate universitară; parteneri; public larg	Materiale tipărite; website; social media	Actualizarea și aplicarea MIV	Materiale de comunicare conforme; instruiri realizate; consultații oferite
Brand universitar	Candidați la studii; parteneri; public larg	Media; campanii; evenimente	Campanii de promovare instituțională	Apariții media; notorietate brand
Oferta educațională	Candidați la studii; părinți	Website; social media; târguri educaționale; platforme on-line; TV	Campanii de promovare; campanii de admitere	Număr de candidați; nr. de studenți admiși
Vizibilitate științifică	Cadre didactice și științifico-didactice; cercetători; parteneri	Platforme științifice; congrese; conferințe; website; social media	Promovarea activității de cercetare și inovare	Proiecte; publicații; citări; parteneriate
Comunicare digitală	Comunitate universitară; candidați la studii; absolv.; public larg	Website; social media	Strategie de conținut	Nr. de urmăritori; Reach; Engagement; trafic web
Relații publice	Mass-media; public larg	Comunicate de presă; evenimente	Relația cu mass-media	Număr de apariții media; ton pozitiv
Comunicare internă	Comunitate universitară	Canale interne (SIMU, e-mail, telefon ș.a.)	Campanii interne	Nivelul de satisfacție al angajaților și benef. de studii
Calitatea documentelor	Comunitate universitară; parteneri	Documente oficiale	Tipizare documente	Grad de conformitate
Clasamente	Conducere; public larg	Rapoarte internaționale	Monitorizare, analiză și raportare	Evoluție anuală

7. IMPLEMENTARE ȘI RESPONSABILITĂȚI

7.1 Implementarea prezentei politici revine Departamentului Comunicare și Relații Publice.

7.2 Departamentul Comunicare și Relații Publice colaborează cu administrația Universității, subdiviziunile structurale și alte entități pentru aplicarea Politicii.

7.3 Subdiviziunile structurale ale Universității au obligația de a respecta prevederile Politicii de relații publice în toate activitățile de comunicare.

8. GESTIONAREA SITUAȚIILOR DE CRIZĂ

8.1. Administrația Universității va desemna oficial un purtător de cuvânt responsabil de comunicarea în situații de criză de imagine.

8.2. Departamentul Comunicare și Relații Publice va asigura monitorizarea sistematică a mediului mediatic și on-line pentru identificarea timpurie a riscurilor reputaționale.

8.3. Pentru situațiile de criză se vor elabora planuri specifice de comunicare, menite să reducă impactul negativ asupra imaginii și reputației instituționale.

9. MONITORIZARE ȘI EVALUARE

9.1. Aplicarea Politicii de relații publice este monitorizată anual pe baza indicatorilor de performanță stabiliți în Programul de implementare a acesteia (*Anexă*).

9.2. Departamentul Comunicare și Relații Publice va elabora un raport anual privind realizarea Programului de implementare a Politicii, ce va fi prezentat conducerii și Senatului Universității.

10. DISPOZIȚII FINALE

10.1. Politica de relații publice intră în vigoare la data aprobării de către Senatul USMF „Nicolae Testemițanu".

10.2. Politica va fi revizuită o dată la 3 ani sau ori de câte ori intervin modificări semnificative în contextul instituțional, strategic sau legislativ.

Elaborat: Silvia Ciubrei, șef, Departamentul Comunicare și Relații Publice

Coordonat: Tatiana Novac, șef, Departamentul Juridic